

ห้องสมุดงานวิจัย สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ



246903



พฤติกกรรมการเลือกซื้ออาหารทะเลของร้านอาหารในจังหวัดพังงา

เกษริน ศรีสวัสดิ์

วิทยานิพนธ์เสนอต่อมหาวิทยาลัยรามคำแหง
เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาทฤษฎีการปฏิบัติ
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การตลาด)
ปีการศึกษา 2553



พฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารทะเลของร้านอาหารในจังหวัดพังงา



เกษริน ศรีสวัสดิ์

วิทยานิพนธ์เสนอต่อมหาวิทยาลัยรามคำแหง
เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญา
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การตลาด)
ปีการศึกษา 2553
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยรามคำแหง

RESTAURANT SEAFOOD BUYING BEHAVIORS IN
PHANG-NGA PROVINCE

KASSARIN SRISAWAT

A THESIS PRESENTED TO RAMKHAMHAENG UNIVERSITY
IN PARTIAL FULSILLMENT OF THE REQUIREMENTS
FOR THE DEGREE OF MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION
(MARKETING)

2010

COPYRIGHTED BY RAMKHAMHAENG UNIVERSITY

ชื่อเรื่องวิทยานิพนธ์ พฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารทะเลของร้านอาหาร
ในจังหวัดพังงา

ชื่อผู้เขียน นางสาวเกษริน ศรีสวัสดิ์

สาขาวิชา การตลาด

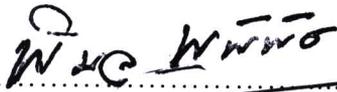
คณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

รองศาสตราจารย์ ดร. มนตรี พิริยะกุล

ประธานกรรมการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ประยงค์ มีใจชื้อ

มหาวิทยาลัยรามคำแหงอนุมัติให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาโทมหาบัณฑิต



.....คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์พิมล พุพิพิธ)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์



.....ประธานกรรมการ

(รองศาสตราจารย์ ดร. ระพีพรรณ พิริยะกุล)



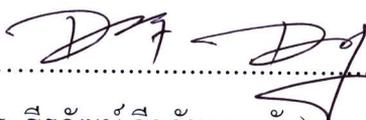
.....กรรมการ

(รองศาสตราจารย์ ดร. มนตรี พิริยะกุล)



.....กรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ประยงค์ มีใจชื้อ)



.....กรรมการ

(ดร. ชีรวัดน์ ชีร์ภัทรพรชัย)

บทคัดย่อ

ชื่อเรื่องวิทยานิพนธ์ พฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารทะเลของร้านอาหารใน
จังหวัดพังงา

ชื่อผู้เขียน นางสาวเกษริน ศรีสวัสดิ์

ชื่อปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวิชา การตลาด

ปีการศึกษา 2553

คณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

1. รองศาสตราจารย์ ดร. มนตรี พิริยะกุล

ประธานกรรมการ

2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ประยงค์ มีใจเชื้อ

246903

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา พฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารทะเลของ
ร้านอาหารในจังหวัดพังงา และปัจจัยที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหาร
ทะเลของร้านอาหารในจังหวัดพังงา

การวิจัยใช้วิธีสำรวจด้วยตัวอย่าง โดยทำการสำรวจร้านอาหารในเขตอำเภอ-
ตะกั่วป่า และอำเภอท้ายเหมือง จังหวัดพังงา จำนวน 105 ร้านจากที่มีอยู่ทั้งหมด 151 ร้าน
ผู้ให้ข้อมูล คือ เจ้าของร้านอาหาร ใช้มาตราส่วนประมาณค่าของลิเคิร์ต (Likert scale)
5 อันดับ วิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์ตัวแบบสมการ โครงสร้าง

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ร้านอาหารในจังหวัด-
พังงาโดยทั่วไปมีจำนวนที่นั่งอยู่ในช่วง 51- 80 ที่นั่ง ในด้านจำนวนผู้รับบริการร้านอาหาร
ต่อวันเฉลี่ยวันละ 50 คน และมียอดขายต่อวันเฉลี่ยวันละ 5,000-8,000 บาท

ในส่วนของพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารทะเลของร้านอาหารในจังหวัดพังงา
พบว่า ประเภทของอาหารทะเลที่ร้านอาหารเลือกซื้อโดยส่วนใหญ่คือปลาและปลาหมึก
ซึ่งจะซื้อทุกวัน และมีค่าใช้จ่ายในการซื้ออาหารทะเลต่อ 1 ครั้งประมาณ 3,000 บาทขึ้นไป

ส่วนสถานที่ที่ร้านอาหารไปเลือกซื้ออาหารทะเลคือซื้อจากร้านขายปลีก-ส่งอาหารทะเลด้วยตนเอง โดยมีการชำระค่าอาหารทะเลเป็นเงินสด

จากการศึกษาระดับของปัจจัยที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารทะเลของร้านอาหารในจังหวัดพังงา พบว่า ทักษะคติที่มีต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของร้านอาหารอยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนการคล้อยตามคนรอบข้าง ความไว้วางใจ ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ซื้อกับผู้ขาย และความตั้งใจ มีอยู่ในระดับมาก

ผลการวิเคราะห์ตัวแบบสมการ โครงสร้างโดยใช้โปรแกรม PIS-Graph พบว่า ปัจจัยด้านทักษะคติ ความไว้วางใจ ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ซื้อผู้ขาย และความตั้งใจ มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารทะเลของร้านอาหาร แต่ปัจจัยด้านการคล้อยตามคนรอบข้าง ไม่มีอิทธิพล ณ ระดับนัยสำคัญ .05 สาเหตุอาจเพราะร้านอาหารในจังหวัดพังงาได้มีการเปิดกิจการมานานจึงเชื่อมั่นในการตัดสินใจเลือกซื้อด้วยตนเอง คนรอบข้างจึงไม่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้ออาหารทะเลของร้านอาหารในจังหวัดพังงา

province have a seating capacity of between 51 and 80 seats. An average of 50 persons per day are service receivers. The sales volume on average was between 5,000 and 8,000 baht.

In regard to the seafood buying behaviors of the restaurants under study, it was found that the types of seafood purchased were mostly fish and squid purchased on a daily basis. The expenditures for purchasing seafood were 3,000 baht or over for each purchase. The locations at which restaurant owners purchased seafood were both retail and wholesale seafood stores. They went to buy seafood by themselves. They paid cash for their purchases.

In studying factors affecting the buying behaviors of the restaurant owners under study, the researcher found that attitudes toward behavioral intentions is at the highest level. The subjective norm and the development of a relationship of trust between buyers and sellers are at a high level.

In applying structural equation model analysis, the researcher was able to show that attitudes, trust, relationships between buyers and sellers, and intentions influenced the seafood buying behaviors of the restaurant owners. However, subjective norm did not exert influence at the statistically significant level of .05. The reason may be because the restaurants in Phang-Nga province has been in operation for a long time. They are therefore confident in their own decisions when purchasing seafood. People around them did not influence the decisions to buy seafood made by these restaurant owners in Phang-Nga province.

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยความอนุเคราะห์จากรองศาสตราจารย์ ดร. มนตรี พิริยะกุล ประธานกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และผู้ช่วยศาสตราจารย์ประยงค์ ใจมีชื่อ กรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ที่กรุณาสละเวลาอันมีค่าอย่างยิ่งในการให้คำปรึกษา แนะนำต่าง ๆ อันเป็นประโยชน์ต่อผู้ศึกษา ผู้ศึกษาขอกราบขอบพระคุณในความกรุณา เป็นอย่างสูง

ทำยนี้ขอกราบขอบพระคุณบิดา มารดา ผู้ให้ชีวิต และป้าผู้เป็นแรงบันดาลใจในความสำเร็จครั้งนี้ด้วย และหากวิทยานิพนธ์ฉบับนี้มีประโยชน์ต่อผู้อื่น ผู้ศึกษาขอมอบคุณความดีให้กับทุกท่านที่กล่าวมาแล้วข้างต้น

เกษริน ศรีสวัสดิ์

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	(4)
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	(6)
กิตติกรรมประกาศ.....	(7)
สารบัญตาราง	(11)
สารบัญภาพประกอบ.....	(13)
บทที่	
1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา.....	7
สมมติฐานของการวิจัย	7
ขอบเขตของการศึกษา	8
นิยามศัพท์เฉพาะ	8
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	9
2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง.....	10
อาหารทะเลและร้านอาหารทะเล	10
ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (the theory of planned behavior; PbT).....	19
ทบทวนวรรณกรรม	23
การพัฒนาตัวแบบการวิจัย	34
กรอบแนวความคิดในการวิจัย	40
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	41
รูปแบบและประเภทของการวิจัย.....	41
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	42
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	42

บทที่	หน้า
นิยามศัพท์เชิงปฏิบัติการ.....	44
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	51
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	51
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	55
ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง.....	55
พฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารทะเลของร้านอาหาร.....	57
ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารทะเลของ ร้านอาหารในจังหวัดพังงา.....	59
ผลการทดสอบสมมติฐาน.....	65
5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ.....	71
สรุปผลการวิจัย.....	71
อภิปรายผลการวิจัย.....	73
ข้อเสนอแนะ.....	77
ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป.....	78
ภาคผนวก	
ก หนังสือขอความอนุเคราะห์เป็นผู้เชี่ยวชาญในการตรวจเครื่องมือการทำวิจัย..	79
ข แบบสอบถาม.....	82
บรรณานุกรม.....	87
ประวัติผู้เขียน.....	92

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 จำนวนรายได้และนักท่องเที่ยวในจังหวัดพังงา	3
2 รายละเอียดผลผลิตทางการประมง	11
3 รายงานการประกอบอาชีพประมงของจังหวัดพังงา ปี 2549.....	12
4 มาตรฐานด้านทัศนคติเกี่ยวกับร้านอาหารทะเล ค่าดัชนีความสอดคล้อง ค่าความเที่ยงตรงและค่าความเชื่อถือได้ตามวิธีของครอนบัค	45
5 มาตรฐานด้านการคล้อยตามกรอบข้างเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกซื้อ อาหารทะเลค่าดัชนีความสอดคล้อง ค่าความเที่ยงตรงและค่าความ- เชื่อถือได้ตามวิธีของครอนบัค	46
6 มาตรฐานด้านความไว้วางใจเกี่ยวกับผู้จำหน่ายอาหารทะเล ค่าดัชนีความ- สอดคล้องค่าความเที่ยงตรงและค่าความเชื่อถือได้ตามวิธีของครอนบัค.....	47
7 มาตรฐานด้านความสัมพันธ์ระหว่างผู้ซื้อกับผู้ขาย เกี่ยวกับผู้จำหน่าย อาหารทะเล ค่าดัชนีความสอดคล้อง ค่าความเที่ยงตรงและค่าความ- เชื่อถือได้ตามวิธีของครอนบัค	48
8 มาตรฐานด้านความตั้งใจเกี่ยวกับผู้จำหน่ายอาหารทะเล ค่าดัชนีความ- สอดคล้อง ค่าความเที่ยงตรงและค่าความเชื่อถือได้ตามวิธีของครอนบัค.....	49
9 ค่าดัชนีความสอดคล้องของมาตรฐานด้านพฤติกรรมเกี่ยวกับการเลือกซื้อ อาหารทะเลของร้านอาหาร	50
10 จำนวนและร้อยละของลักษณะทั่วไปของร้านอาหาร ได้แก่จำนวนที่นั่ง จำนวนผู้ให้บริการ และยอดขายของร้านอาหาร.....	56
11 ร้อยละของพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารทะเลของร้านอาหาร.....	57
12 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ของทัศนคติที่มีต่อพฤติกรรม การเลือกซื้ออาหารทะเล.....	59

ตาราง	หน้า
13 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ของการคล้อยตามคนรอบข้าง ที่มีต่อพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารทะเล	60
14 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ของความไว้วางใจที่มีต่อ พฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารทะเล	60
15 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ของความสัมพันธ์ระหว่างผู้ซื้อ กับผู้ขายที่มีต่อพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารทะเล.....	61
16 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ของความตั้งใจที่มีต่อพฤติกรรม การเลือกซื้ออาหารทะเล.....	62
17 ความสัมพันธ์ระหว่างอิทธิพลของตัวแปร.....	64
18 ผลการทดสอบสมมติฐาน	65
19 ผลการวิเคราะห์ความเที่ยงตรงเชิงจำแนก (discriminant validity analysis) ของมาตรวัด.....	67
20 ผลการวิเคราะห์ความเที่ยงตรงเชิงเหมือนของมาตรวัด	68

สารบัญภาพประกอบ

ภาพ	หน้า
1 อาหารทะเล	16
2 โครงสร้างทฤษฎีการวางแผนพฤติกรรม.....	22
3 การพัฒนาตัวแบบวิจัย (1).....	35
4 การพัฒนาตัวแบบวิจัย (2).....	36
5 การพัฒนาตัวแบบวิจัย (3).....	37
6 การพัฒนาตัวแบบวิจัย (4).....	38
7 การพัฒนาตัวแบบวิจัย (5).....	39
8 กรอบแนวความคิดในการวิจัย	40
9 ตัวแบบสมการ โครงสร้าง	63